mediametrie

Levallois, le 3 janvier 2008

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Novembre 2007

Près de 21 millions de Français ont visité au moins un site d'information en novembre 2007

Source : Médiamétrie//NetRatings - Domicile et Lieu de Travail - France - Applications Internet incluses - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Les Français sont de plus en plus adeptes de l'information sur le net : au mois de novembre 2007, 20 871 000 Français (soit près de 8 internautes sur 10) ont visité au moins un site consacré à l'Information ou à l'Actualité. Avec plus de 3 millions de visiteurs uniques supplémentaires en un an, c'est la catégorie qui a le plus progressé. Non seulement plus de Français visitent ces sites, mais ils y passent également plus de temps : plus de 21 millions d'heures en novembre 2007 soit une augmentation de 44% en un an.
Ce sont en particulier les sites d'Actualités nationales et internationales qui ont enregistré une très forte progression : + 25% en un an soit près de 14 millions de visiteurs uniques en novembre 2007.
A noter, les mouvements sociaux de novembre ont aussi entraîné une hausse de l'audience de certains sites comme celui de la RATP qui a enregistré une progression de 55% de son audience en un an et de 18% par rapport au mois d'octobre.

	Novembre 2007	Novembre 2006	Evolution
Nombre de Visiteurs Uniques de la catégorie Information et Actualité	**20 871 000**	17 725 000	+ 18%
Nombre total d'heures passées sur les sites d'Information et Actualité	**21 399 000**	14 874 000	+ 44%

Près de 30 millions d'internautes[(1)] en France

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Novembre 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En novembre 2007, 29 781 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 56,6% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés à Internet au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 5% en un an de novembre 2006 à novembre 2007.

	Novembre 2007	Novembre 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**29 781 000** **soit 56,6% des Français**	28 370 000 Soit 54,3% des Français	+ 5%

94% des internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Novembre 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

22 919 000 internautes, soit près de 94% des internautes à domicile (93,9%), sont connectés en haut débit à domicile. Cette population d'internautes est en progression de 16% par rapport à novembre 2006.

	Novembre 2007	Novembre 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**22 919 000** **soit 93,9% des internautes domicile**	19 691 000 Soit 87,7% des internautes domicile	+ 16%

Plus de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 3ème Trimestre 2007 - Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 3ème trimestre 2007, plus de 12 millions de foyers (47%) ont accès à Internet, contre 10,9 millions (42,6%) au 3ème trimestre 2006 soit une progression de 1 250 000 foyers (+11%) par rapport au 3ème trimestre 2006.

	3ème trimestre 2007	2ème trimestre 2007	3ème trimestre 2006
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**12 131 000** **soit 47,0 % des foyers**	12 022 000 soit 46,6 % des foyers	10 881 000 soit 42,6 % des foyers

mediametrie // NetRatings

Le Top 50 des Groupes (2) les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Groupes (2)	Visiteurs Uniques (4) Tous Lieux de Connexion
1	Google	24 060 000
2	Microsoft	22 583 000
3	France Telecom	18 676 000
4	Iliad	15 176 000
5	PagesJaunes	13 365 000
6	PPR	13 019 000
7	eBay	12 945 000
8	Yahoo!	12 816 000
9	Groupe TF1	10 797 000
10	Wikimedia Foundation	10 373 000
11	Benchmark Group	9 839 000
12	AOL - Time Warner	8 150 000
13	Groupe Lagardere	7 720 000
14	PriceMinister	7 387 000
15	Dailymotion	7 107 000
16	Next Radio TV	7 031 000
17	Lycos Europe	6 992 000
18	OTTO	6 871 000
19	La Poste	6 698 000
20	SNCF France	6 684 000
21	Doctissimo	6 563 000
22	Groupe Orbus	6 519 000
23	Credit Agricole	6 462 000
24	Groupe Casino	6 411 000
25	auFeminin	6 351 000
26	Amazon	6 309 000
27	Neuf Cegetel	6 247 000
28	Vivendi Universal	6 126 000
29	Bestofmedia Group	5 921 000
30	Cyrealis	5 783 000
31	Emule-Project.net	5 779 000
32	Groupe Auchan	5 684 000
33	Apple Computer	5 649 000
34	Commentcamarche	5 432 000
35	Societe Generale	5 406 000
36	M6	5 343 000
37	Ministere de l Education Nationale	5 342 000
38	Bertelsmann	5 329 000
39	Telecom Italia	5 275 000
40	Michelin	5 238 000
41	Groupe Figaro	4 987 000
42	AlloCine	4 958 000
43	RealNetworks, Inc.	4 894 000
44	Fotovista	4 762 000
45	Videolan.org	4 746 000
46	francetélévisions	4 711 000
47	Gouvernement Francais	4 659 000
48	Oredis	4 363 000
49	Hi-Media	4 267 000
50	CNET Networks	4 184 000

Le Top 30 des Sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues [(3)]

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Sites	Visiteurs Uniques [(4)] Tous Lieux de Connexion
1	Google	23 713 000
2	Orange	15 987 000
3	MSN/Windows Live	15 930 000
4	Free	14 870 000
5	Yahoo!	12 292 000
6	PagesJaunes	11 596 000
7	eBay	11 194 000
8	Wikipedia	10 287 000
9	Microsoft	9 847 000
10	L Internaute Magazine	9 071 000
11	Voila	8 469 000
12	Mappy	8 434 000
13	YouTube	8 130 000
14	Fnac	7 579 000
15	Dailymotion	7 107 000
16	La Redoute	7 094 000
17	PriceMinister	6 627 000
18	Skyrock	6 422 000
19	Amazon	6 308 000
20	01net	6 275 000
21	Cdiscount	6 129 000
22	commentcamarche.net	5 432 000
23	Alice	5 253 000
24	ViaMichelin	5 135 000
25	Overblog	5 098 000
26	Doctissimo	5 096 000
27	AlloCine	4 954 000
28	aufeminin.com	4 951 000
29	voyages-sncf.com	4 822 000
30	France Telecom	4 766 000

Le Top 30 des Sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Sites	Visiteurs Uniques (4) Tous Lieux de Connexion
1	Google	23 782 000
2	MSN/Windows Live	18 643 000
3	Orange	16 519 000
4	Microsoft	16 481 000
5	Free	14 870 000
6	Yahoo!	12 535 000
7	PagesJaunes	11 596 000
8	eBay	11 201 000
9	Wikipedia	10 287 000
10	L Internaute Magazine	9 071 000
11	Voila	8 469 000
12	Mappy	8 434 000
13	YouTube	8 130 000
14	Fnac	7 579 000
15	Dailymotion	7 107 000
16	La Redoute	7 094 000
17	PriceMinister	6 627 000
18	Skyrock	6 422 000
19	Amazon	6 308 000
20	01net	6 275 000
21	Cdiscount	6 129 000
22	eMule	5 779 000
23	Apple	5 649 000
24	commentcamarche.net	5 432 000
25	Alice	5 274 000
26	ViaMichelin	5 135 000
27	Overblog	5 098 000
28	Doctissimo	5 096 000
29	AlloCine	4 954 000
30	aufeminin.com	4 951 000

Le Top 50 des Sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Sites	Visiteurs Uniques (4) Tous Lieux de Connexion
1	Google	23 713 000
2	Orange	15 987 000
3	MSN/Windows Live	15 930 000
4	Yahoo!	12 292 000
5	PagesJaunes	11 596 000
6	eBay	11 194 000
7	L Internaute Magazine	9 071 000
8	Voila	8 469 000
9	Mappy	8 434 000
10	YouTube	8 130 000
11	Dailymotion	7 107 000
12	La Redoute	7 094 000
13	Skyrock	6 422 000
14	01net	6 275 000
15	commentcamarche.net	5 432 000
16	Alice	5 253 000
17	Overblog	5 098 000
18	Doctissimo	5 096 000
19	AlloCine	4 954 000
20	aufeminin.com	4 951 000
21	France Televisions	4 711 000
22	Clubic.com	4 393 000
23	Tom's Guide	3 967 000
24	3 Suisses	3 818 000
25	Alapage	3 465 000
26	Le Monde	3 405 000
27	SFR	2 867 000
28	CANAL +	2 810 000
29	Le Figaro	2 759 000
30	Le Journal du Net	2 746 000
31	LeGuide.com	2 715 000
32	jeuxvideo.com	2 675 000
33	Shopping.com	2 605 000
34	RATP	2 595 000
35	Marmiton.org	2 510 000
36	Mistergooddeal	2 435 000
37	Tom's Games	2 352 000
38	Cityvox	2 270 000
39	Caradisiac	2 262 000
40	2xMoinsCher.com	2 147 000
41	Boursorama.com	1 987 000
42	Tele Loisirs	1 855 000
43	Evene.fr	1 829 000
44	Tom's Hardware	1 827 000
45	Expedia	1 733 000
46	Webmarchand / Shopwahl	1 713 000
47	achetezfacile.com	1 700 000
48	ZDNet	1 641 000
49	Supertoinette	1 611 000
50	20 minutes	1 576 000

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[1] **Internautes** : La population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [5] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Groupe ou Parent** : Il s'agit des entités qui détiennent le contrôle des pages Web (ou URLs) mesurées. Ce contrôle est généralement financier (+ de 50%). Un groupe propriétaire peut ainsi regrouper une ou plusieurs marque(s).

[3] **Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[4] **Visiteurs Uniques** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[5] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.
Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

C/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexion. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension aux autres lieux de connexion est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie qui s'appuie sur trois sources d'informations :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings qui fournit l'audience de référence des sites Internet depuis le domicile et / ou le lieu de travail,
- L'Observatoire des Usages Internet qui définit la taille, le profil sociodémographique et la fréquence de connexion de la population internaute par lieu de connexion,
- Une enquête de cadrage spécifique (adossée au terrain de l'Observatoire des Usages Internet) qui détaille les grands usages Internet par lieu de connexion.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2007, Médiamétrie devrait réaliser un chiffre d'affaires de plus de 47 M€ (e) avec un effectif de 350 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Laure OSMANIAN MOLINERO — e-mail : losmanian@mediametrie.fr

Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 — www.mediametrie.fr